



R&S Display inszeniert Nachhaltigkeitsprojekt von iglo

Flower Power am POS

Nachhaltigkeit sei eine Herzensangelegenheit, so beschreibt der Tiefkühlspezialist iglo eines seiner Unternehmensmaxime. Für seine neueste Aktion hat das Unternehmen R&S Display mit an Bord genommen, um den POS und die Landschaft ein wenig bunter zu machen.

Mach mit! Lass Blumen blühen! So lautet der Slogan der neuesten Kampagne von iglo. Wer zwei Packungen iglo-Spinat kauft, erhält eine Saaten-Wundertüte gratis und setzt sich somit für mehr Biodiversität und Naturschutz ein. Schon seit 20 Jahren pflanzt der Tiefkühlspezialist entlang seiner Spinatfelder im Münsterland Blühstreifen an, um Insekten Schutz, Nahrung und Lebensraum zu bieten. Laut Unternehmensangaben gibt es bereits über eine Länge von 80 Kilometern Blühstreifen mit einer Breite von drei Metern – Rückzugsort und Nahrungslieferant für Insekten. In diesem Jahr soll in Zusammenarbeit mit dem Netzwerk Blühende Landschaft deutschlandweit noch mehr Blühfläche geschaffen

werden. Ziel der Aktion ist es, mindestens 250.000 Quadratmeter Blühfläche in Deutschland anzulegen. Mehr als 200 Millionen Blumensamen müssen dafür unter die Erde, auf einer Fläche von insgesamt 35 Fußballfeldern.

Seit 1. April läuft die iglo-Nachhaltigkeitskampagne. Mehr als neunzig Quadratmeter Blühfläche konnten dank der Aktion schon angelegt werden (Stand Juli 2021). Werden die 250.000 Quadratmeter bis zum Ende der Kampagne am 30.09.2021 nicht erreicht, wird das Unternehmen die noch fehlenden Quadratmeter aufstocken. Um die Aktion erfolgreich zu promoten, musste ein ausdrucksstarkes Display her, das schon von Weitem den Hintergrund der Aktion

erkennen lässt. R&S Display konzipierte eine Zweitplatzierung, die nicht nur dem Nachhaltigkeitsgedanken der Flower-Power-Kampagne entspricht, sondern auch optisch für Aufmerksamkeit am POS sorgt.

DISPLAY: Herr Reinhold, was hat iglo Spinat mit blühenden Wiesen zu tun?

MARC REINHOLD: iglo engagiert sich schon seit mehr als 20 Jahren mit Wildblumen-Blühstreifen entlang der Spinatfelder für den Schutz der Insekten und den Erhalt der Biodiversität. Zudem erfreut der Anblick der bunten Blumen – genau wie der Blubb-Spinat – die Herzen der Menschen. In diesem Jahr möchten wir ge-

Die
Umwelt im
Fokus



Blühende Wiesen bieten Rückzugsräume für Insekten. Für noch mehr bunte Blumenwiesen sorgt das Blühprojekt von iglo und dem Netzwerk Blühende Landschaft.

Foto: S.H. exklusiv – stock.adobe.com



„Das Display hebt sich auch durch seine offene Bauart hervor. Das bietet am POS eine optimale Möglichkeit, die Kunden anzusprechen.“

Alexander Kopp, Gebietsverkaufsleiter
R&S Display GmbH & Co. KG



meinsam mit dem Netzwerk Blühende Landschaften für noch mehr Flower Power in ganz Deutschland sorgen. Bisher läuft die Aktion sehr gut.

DISPLAY: Wie wird diese Kampagne am POS beworben?

MARC REINHOLD: Die Aktion wird mit ausdrucksstarken Displays promotet, die mit den Saatgut-Wundertüten bestückt sind. Jeder, der zwei Packungen iglo-Spinat in einem der teilnehmenden Märkte kauft, bekommt eine solche Wundertüte gratis.

DISPLAY: Welche Key Visuals wurden auf das Display übertragen?

ALEXANDER KOPP: Das Display trägt das Aktionsdesign. Mit Schaumstoff-Abstandshaltern wurden die drei Vorsetzer, die Biene, der Schmetterling und der Eimer mit den beiden iglo-Packungen befestigt. Sie weisen aufmerksamkeitsstark schon von Weitem auf die Aktion hin. Außerdem ist das iglo-Logo gut sichtbar oben auf dem Display und an den Seiten auf-

Mach mit! Lass Blumen blühen! Die iglo-Kampagne setzt sich für mehr Biodiversität ein – das ausdrucksstarke Display kommt von R&S Display.

gedruckt. Auf den vorderen beiden Seiten ist das Motto der Aktion „Mach mit! Lass Blumen blühen!“ abgebildet.

DISPLAY: Welche Besonderheiten zeichnet das Display aus?

ALEXANDER KOPP: Das Display hebt sich auch durch seine offene Bauart hervor. Das bietet am POS eine optimale Möglichkeit, die Kunden anzusprechen, da sie von beiden Seiten die Produkte abgreifen können.

DISPLAY: Wie viel Zeit wurde von der Planung bis hin zum Roll-out des Displays benötigt?

ALEXANDER KOPP: Das Timing war sehr eng. Vom ersten Visual über die Weißmusterer- >>

»» stellung bis hin zur Fertigstellung des Displays sind lediglich acht Wochen vergangen. Uns lag eine Handskizze vor, anhand derer das Display umgesetzt wurde.

DISPLAY: Welche Materialien kamen für das Display zum Einsatz?

ALEXANDER KOPP: Um die Langlebigkeit des Displays zu gewährleisten und die Effekte optisch ideal hervorzuheben, haben wir einen Wellpapp-Mix aus EE-Welle, B-Welle und E-Welle eingesetzt. Stegteile und Etagentrays sind aus EE-Welle gefertigt, der Sockel besteht aus B-Welle und die Topcard ist mit E-Welle umklebt. Die Stegteile, das Etagentray und die Topcard tragen zur Stabilität der oberen Etage bei. Dank des Materialmixes konnten wir Stabilität und Kosteneffizienz miteinander vereinbaren.

MARC REINHOLD: Außerdem ist das Display aufgrund des eingesetzten Materials recyclebar. Dies unterstützt natürlich auch den eigentlichen Gedanken, der hinter dieser Aktion steht: die Natur zu schützen und für mehr Biodiversität zu sorgen.



Mehr Blühfläche in Deutschland. Beim Kauf von zwei iglo-Spinatpackungen gibt es die Saatens-Wundertüte gratis dazu.

IGLO

Der Tiefkühlspezialist iglo gehört zur internationalen Lebensmittelgruppe Nomad Foods in Großbritannien. Mit Hauptsitz in Hamburg sind in Deutschland rund 1.600 Mitarbeiter bei iglo beschäftigt. Nachhaltigkeit gehört bereits seit Jahrzehnten zu den Kernwerten des Unternehmens. Bereits 1997 hat iglo gemeinsam mit dem WWF die internationale und unabhängige nicht-staatliche Organisation namens Marine Stewardship Council (MSC) ins Leben gerufen, die sich um nachhaltigen Fischfang kümmert, aus dem auch die beliebten Fischstäbchen stammen. Das iglo-Gemüse wird zum Großteil im Münsterland angebaut. Dort arbeitet iglo mit örtlichen Vertragslandwirten teilweise schon in dritter Generation zusammen, um regional und nachhaltig orientiert Gemüse anzubauen.



DISPLAY: Gab es bei der Logistik Besonderheiten zu beachten?

MARC REINHOLD: Das Display musste so klein wie möglich im flachliegenden Zustand verpackt werden, da es von unserem Außendienstmitarbeiter im Auto transportiert wurde.

DISPLAY: Werden die Displays auch von dem Außendienstmitarbeiter im Handel aufgebaut?

MARC REINHOLD: Ja. Das Display ist trotz seiner offenen Bauart sehr einfach zusammenzubauen. Und kann dementsprechend am POS auch schnell bestückt werden.

DISPLAY: Wo stehen die Displays im Handel?

MARC REINHOLD: Sie werden direkt in der Tiefkühl-Abteilung in der Nähe der iglo-Produkte platziert. Wer die Aktion bemerkt, kann also sofort zugreifen.

DISPLAY: In welchem Zeitfenster läuft die Kampagne im Handel?

MARC REINHOLD: Die Aktion startete am 1. April und läuft noch bis zum 30.09.2021. Wer in dieser Zeit iglo Rahmspinat mit dem Aktionslogo kauft, hat die Chance, sich für den Naturschutz zu engagieren.

DISPLAY: Vielen Dank für das Gespräch.

„iglo engagiert sich seit mehr als 20 Jahren für den Schutz der Insekten. Mit der POS-Aktion möchten wir noch mehr Menschen für den Naturschutz gewinnen.“

Marc Reinhold, Trade Marketing iglo GmbH

R&S Display GmbH & Co. KG

Die R&S Display GmbH & Co. KG wurde 1996 in Hanau gegründet und ist Teil des Schweizer Familienunternehmens SCHELLING AG. Das Angebot von R&S Display reicht von Displays über Verpackungslösungen bis hin zu kleinen Dekoartikeln. Mit rund 20 festen und 30 freien Mitarbeitern bewältigt R&S Display Aufträge jeder Größenordnung von der Entwicklung über den Musterbau bis hin zur Produktion und Logistik. Das Mutterunternehmen SCHELLING AG mit Hauptsitz in Rapperswil (CH) beschäftigt derzeit etwa 650 Mitarbeiter und besteht aus der Firma Birkhäuser + GBC AG in Reinach (CH), der R&S Display GmbH & Co. KG in Hanau, den Zweigniederlassungen der SCHELLING AG in Schafisheim (CH) und Oensingen (CH) sowie der Vertriebsniederlassung in Hanau. Das unabhängige Unternehmen zeichnet sich durch 140 Jahre Geschichte und Tradition aus.